

О.М. Мельник (Кузнецовська філія Європейського університету, Україна)

## ТУРИЗМ У ЗАХІДНОМУ РЕГІОНІ УКРАЇНИ І ЙОГО СТРАТЕГІЧНІ СКЛАДОВІ

*У статті розглянуто стратегічні складові розвитку туризму західного регіону України. Досліджено досвід туристичної галузі регіону, стратегічні альтернативи, асортиментну стратегію і якість послуг. Запропоновано шляхи удосконалення розвитку туризму в західному регіоні, а саме: вдосконалення існуючої законодавчої бази, впровадження фінансово-економічних механізмів сталого розвитку туризму, забезпечення асортименту послуг при мінімізації їх вартості, удосконалення диференціації послуг для різних вікових категорій населення.*

*Ключові слова:* туризм, стратегія, асортиментна стратегія, стратегічні складові туризму, західний регіон України.

*Літ. 16.*

О.М. Мельник (Кузнецовский филиал Европейского университета, Украина)

## ТУРИЗМ В ЗАПАДНОМ РЕГИОНЕ УКРАИНЫ И ЕГО СТРАТЕГИЧЕСКИЕ СОСТАВЛЯЮЩИЕ

*В статье рассмотрены стратегические составляющие развития туризма в западном регионе Украины. Исследован опыт туристической отрасли региона, стратегические альтернативы, ассортиментная стратегия и качество услуг. Предложен ряд перспектив для развития туризма в западном регионе, а именно: совершенствование существующей законодательной базы, внедрение финансово-экономических механизмов устойчивого развития туризма, обеспечение широкого ассортимента услуг при минимизации их стоимости, усовершенствование дифференциации услуг для различных возрастных категорий населения.*

*Ключевые слова:* туризм, стратегия, ассортиментная стратегия, стратегические составляющие туризма, западный регион Украины.

О.М. Melnyk (Kuznetsovsk Branch of European University, Ukraine)

## TOURISM IN THE WESTERN REGION OF UKRAINE AND ITS STRATEGIC COMPONENTS

*The article examines the strategic components of tourism development in the Western region of Ukraine. It also investigates the experience of tourism industry in the region, its strategic alternatives, the assortment strategy and the quality of its services. A number of opportunities for further development of tourism in the Western region is offered, in particular: improvement of the current legislation framework, implementation of financial and economic mechanisms for sustainable tourism development and providing a wider range of services at minimization of their costs as well as the improvement of services differentiation for various age groups.*

*Keywords:* tourism; strategy; assortment strategy; strategic components of tourism; Western region of Ukraine.

**Постановка проблеми.** Західний регіон України, до якого входить Львівська, Закарпатська, Івано-Франківська, Чернівецька, Рівненська, Волинська області, займає загальну площу 56,6 тис. кв. км і в ньому проживає близько 6,5 млн. осіб (13,7% від загальної кількості в країні). Перспективна політика розвитку економічної стратегії та соціальної сфери областей регіону базується на комплексному розвитку чинників сприятливого та релаксатного характеру [3].

Надання послуг посідає значне місце в системі міжнародного обміну і справляє суттєвий вплив на світовий економічний розвиток. За масштабами,

динамікою й ефективністю в структурі світового ринку послуг помітно виділяється ринок туризму.

Туризм – це одна з найбільших високоприбуткових і найдинамічніших галузей економіки. Його частка складає 7% загального об'єму інвестицій, 11% світових споживацьких витрат і одну третину світової торгівлі послугами. За прогнозами спеціалістів, XXI ст. вважається століттям туризму [12]. За роки незалежності (з 1991 р.) інфраструктура туризму України поступово змінилася, відбувся перехід від державної власності до приватної. Приватний сектор розвивається швидкими темпами, особливо в Києві, Одесі, Криму і Карпатах. Для розміщення туристів серед українських туристичних об'єктів свої послуги пропонують більше 1300 готелів, мотелів, кемпінгів, туристичних центрів, близько 3000 рекреаційних об'єктів. Без врахування природних, історичних, геополітичних, економічних особливостей регіонів розраховувати на успіх ринкових реформ важко [11].

Разом с тим існує низка проблем, які потребують вивчення. Необхідно вивчити й дослідити законодавчу базу на рівні регіонів і на рівні держави, міжна-родний досвід розвитку туризму, зокрема Польщі, потенційні можливості ту-ристичної галузі західного регіону, а також функції держави і місцевого само-врядування в стратегічному плані розвитку туристичної індустрії західного регіону.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Проблеми ефективної діяльності підприємств туристичної галузі, підвищення їхньої конкурентоспроможності, залучення якомога більше потенційних споживачів послуг, стратегічне бачення розвитку галузі є актуальними в дослідженнях таких вчених, як А.О. Зміюк [12], А. Ліманський [11], Г.Б. Мунін [12], Я. Ружковський [11], Є.В. Самарцев [12], З.І. Тимошенко [12].

**Метою дослідження** є вивчення досвіду туристичної галузі Західного регіону України, його бази, асортименту і якості послуг, їх асортиментної стратегії.

**Основні результати дослідження.** Західна Україна приваблює туристів такими видами туризму; піший, велосипедний, автомобільний, водний, рибальський, мисливський, верхова їзда та альпінізм. У регіоні розвивається пізнавальний, природоохоронний (екотуризм) туризм, культурологічний туризм, релігійний, аграрний. Однією із стратегічних складових розвитку туризму є використання інформаційних технологій. Створення слайдів про Україну і їх розповсюдження в мережі Інтернет сприяє візуальному ознайомленню з туристичними об'єктами. Потужна видавнича база забезпечує туристів буклетами, картами туристичних маршрутів, посібниками для туристів. Важливу роль у залученні туристів посідають геральдичні центри. В західному регіоні знаходяться такі об'єкти: пам'ятки середньовічного чернецтва Прикарпаття, Луцький замок, музей Волинської ікони; історико-культурний музей «Личаківський цвинтар», Рівненський обласний краєзнавчий музей; Бурштиновий шлях, заповідник «Біле озеро», заповідник «Шацькі озера», музей-садиба «Ремісничій хутір Плугаки», Державний історико-культурний заповідник м. Дубно [10].

Стратегічними складовими зростання туристичних підприємств на даний момент є:

1. Збільшення доходів населення, які дають змогу, крім задоволення першочергових потреб, витратити більшу частину їх на задоволення рекреаційних потреб.

2. Урбанізація та погіршення екологічної ситуації, що обумовлює попит на відпочинок в екологічно чистому середовищі.

3. Зростання дозвілля, тобто того часу, який людина може мати у своєму розпорядженні не з примусу, а вільно. Туризм в економічно розвинених країнах диференціюється так: відпускний період часу використовується на зарубіжні туристичні поїздки, уїкенд – на екскурсії всередині країни, а вечірній вільний час – на відпочинок у місті. Розвивається попит на внутрішній туризм.

4. Розвиток організаційних засобів та інфраструктури.

Оздоровчо-відпочинковий сегмент є провідним у туристичній галузі Західної України. Бальнеологічні й кліматотерапевтичні заклади забезпечують відносно високий рівень пропонованих лікувальних і профілактичних послуг у головних курортних центрах регіону: Трускавці, Моршині, Любіні Великому, Сваляві, Яремчі тощо. Туризм є однією з динамічних галузей України, що активно розвивається. Туристична галузь України підтримує бюджет і приносить 4 млрд. дол. США в рік (згідно з методикою розрахунків Всесвітньої туристичної організації) [11].

Катання на лижах є основним напрямком карпатського туризму. Довготривалий і стабільний сніжний покрив забезпечує карпатським курортам високу популярність. За висновками спілки любителів лижного спорту США, схеми у Славському (Львівська обл.) і Яремче (Івано-Франківська обл.) цілком конкурентоспроможні навіть порівняно з відомими світовими курортами Пікс Пік і Калінгтон у Вермуті [15]. Серед інших популярних лижних курортів у Карпатських горах – Дрогобрат, Тисовець, Ворохта. Більшість іноземних туристів, які люблять лижний спорт, це – жителі Росії, країн Балтики, Західної Європи.

Україну знають як країну, яка буде зустрічати Чемпіонат Європи з футболу 2012 року. Однак Україна ще не готова до масштабних напливів туристів. Явною проблемою є відсутність відповідної інфраструктури, що гальмує розвиток туристичного ринку.

Близько 90% закладів для розміщення туристів побудовані ще в радянські часи. А більшість заявлених готелів не будуть введені в експлуатацію у вказані терміни. Україна має мало готелів, які б відповідали міжнародним стандартам, тому вона може стати цікавою для іноземних інвесторів.

Порівняно з польськими стратегіями та програмами розвитку туризму (Стратегія розвитку туризму на 2001–2006 рр., 2007–2013 рр.) [16], українські програмні документи (Державна програма розвитку туризму на 2002–2012 роки [3], Програма розбудови туристичної інфраструктури за напрямками національної мережі міжнародних транспортних коридорів та основних транспортних магістралей у 2004–2010 рр. [1], Стратегія розвитку туризму і курортів України [4]) є декларативними через недостатню наукову обґрунтованість пріоритетів і напрямів розвитку туризму і відсутність належного фінансування.

Слід зауважимо, що для Львівської, Волинської Рівненської та Закарпатської областей врахована необхідність розвитку транскордонного співробітництва, в тому числі у сфері культури та туризму, проте відсутні чіткі заходи реалізації співробітництва [1].

У прикордонних областях України та Польщі пріоритетність розвитку туризму та рекреації визначена в регіональних програмах і стратегіях розвитку. Стратегія розвитку Львівської області до 2015 р. визначає доцільність використання переваг прикордонного розташування з метою забезпечення відкритості й активізації міжнародних контактів Львівської області, співробітництва з місцевими і регіональними органами влади Польщі, євро регіонами, польськими інституціями та підприємствами [8]. Сильними сторонами стратегічних документів Волинської області (Стратегія соціально-економічного розвитку Волинської області на 2011–2015 рр. [7], Програма розвитку туризму у Волинській області на 2010–2012 рр. [9]) є чітко окреслений транскордонний аспект розвитку туризму, слабкою стороною розвитку транскордонного співробітництва є відсутність структури, в завдання якої входила б розробка спільних програм, проектів і механізму їх реалізації, а також координація й узгодження дій між зацікавленими сторонами. В Регіональній стратегії розвитку Закарпатської області до 2015 р. [5] стратегічним напрямком є екологічний туризм та екологоосвітня діяльність на території Закарпатської області. У Програмі розвитку туризму та рекреації в Закарпатській області на 2002–2010 рр. [6] визначається не лише пріоритетність розвитку туризму та рекреації, але й необхідність розвитку конкретних видів туризму (зеленого, сільського, санаторно-курортного, оздоровчого, екстремального, розвиток екологічної освіти), що забезпечить покращення соціально-економічних показників розвитку регіону. Пріоритетним напрямом розвитку окреслене й транскордонне співробітництво, в межах якого передбачена освітня та інституціональна складові [14].

У польських прикордонних воєводствах туризм визначений пріоритетним напрямом розвитку у відповідних стратегіях: у Підкарпатському – Стратегія розвитку туризму в Підкарпатському воєводстві на 2007–2013 рр. [16], Стратегія розвитку Підкарпатського воєводства на 2007–2020 рр. [16] та Регіональна операційна програма розвитку Підкарпатського воєводства на 2007–2013 рр. [16]. У Люблінському – Стратегія розвитку Люблінського воєводства до 2020 року, Регіональна операційна програма Люблінського воєводства на 2007–2013 рр. [16]. Проте лише Стратегія розвитку туризму в Підкарпатському воєводстві на 2007–2013 рр. [16] передбачає розвиток інституційного українсько-польського співробітництва у сфері туризму.

Більшість туристів, що відвідують Україну, – з Угорщини, Польщі, Німеччини і США. В середньому іноземний турист проводить в Україні 4–5 днів, в результаті чого витрачає близько 600–700 дол. США за одну поїздку. Найбільш популярними місцями для відвідування туристів є такі міста; Київ (30% туристів), курортні міста Криму (30%), карпатський регіон, Львів і Одеса. Більшість туристів-іноземців полюбляють окремі поїздки або круїзні тури. Західна Україна є традиційним місцем відпочинку туристів з Канади та Америки. Це зумовлено тим, що більшість туристів з цих країн складає українська діаспора

(більш як 2 млн. осіб). У свою чергу, Крим більше вподобали німці з середнім і нижчим середнього рівня достатком [15].

Потік зарубіжних туристів значно збільшився після відміни візи з ЄС, США, Канадою та іншими країнами. Приплив туристів в Україну відбувається на новорічні та Різдвяні свята.

Разом з тим зменшується кількість наших громадян, які виїжджають за кордон в туристичні подорожі. Порівняно з 2008–2009 рр. у 2009–2010 рр. за кордон виїжджало близько 2% наших громадян. У цілому гривневі обороти туристичних фірм в 2009 р. зменшились на 30% [15].

Важливою стратегічною складовою розвитку туризму є цінова політика. Так, у 2009–2010 рр. у попередніх прайсах західноукраїнських готелів «трохи вище середнього» номер на двох з 26 грудня по 10 січня коштував близько 800–1000 грн. на добу. Незважаючи на це, вже в першій половині листопада 2009 р. на деяких курортах, за даними інформаційно-реєстраційної системи «Диспетчер курортів Закарпаття», було викуплено більше 80% місць [15]. Однак ближче до свят ажіотаж навколо епідемії грипу призвів до того, що близько 15% потенційних туристів відмінили бронювання місць. Крім того, через відсутність снігу на багатьох гірськолижних курортах більшість туристів замість 5–7 днів провели там тільки 2–3 дні, тому після новорічної ночі багато готелів залишилися напівпорожніми [15].

При цьому найбільш затребуваними в Карпатах є пансіонати середньої цінової категорії [15]. Економічна криза змінила свідомість людей. Причому не лише середній клас, але і заможні громадяни зрозуміли ціну матеріального добробуту і вчаться розумної економії: за свої гроші турист хоче отримати максимальний набір послуг. Готелі бронюють дороги, але селяться в більш економних стандартних номерах, замість звичних 10–14 днів їдуть на тиждень. Для клієнтів середнього цінового сегмента ціна має вирішальне значення, тому очевидна їх переорієнтація на більш доступний ціновий сегмент.

За оцінками фахівців індустрії туризму, 2011 р. був роком прориву Закарпаття на українському ринку туристичних послуг. На сьогодні закарпатська індустрія туризму програє Львівським та Івано-Франківським учасникам ринку, перевагою яких є значно коротша віддаленість від столиці. Але закарпатці можуть здивувати туристів різноманітністю розваг, фестивалів і анімацій. У 2010 р. на Закарпатті відбулося понад 150 фестивалів і святкувань, які відвідали понад 750 тисяч туристів. За оцінками фахівців Туристичного інформаційного центру Закарпаття, у 2011 р. закарпатці залучили на свої фестивалі до мільйона гостей. З цією метою розробляється концепція стратегічних комунікацій усіх подій. В цілому, в 2011 році організатори фестивалів отримали прибутку в розмірі близько 60 млн. грн. [4].

Основна проблема полягає в тому, що український туристичний бізнес сконцентрований переважно на наданні традиційних ділових і туристичних послуг. Західні райони славляться своїми зимовими курортами. Літній туризм зосереджений на півдні і в Криму. Діловий туризм зосереджений у таких великих містах, як Київ, Дніпропетровськ, Харків і Донецьк. Але навіть там спостерігається хронічна нестача висококласних міжнародних готелів в усіх цінових сегментах.

Слід зазначити, що тільки 2,5% усіх готелів знаходяться під управлінням міжнародних операторів. Так, компанія "Rixos Hotels" відкрила п'ятизірковий готель у місті Трускавець (Західна Україна), "Radisson" – два чотиризіркових готелі у м. Києві та м. Алушта (Крим), "Hyatt" – п'ятизірковий готель в м. Києві. Ці готелі користуються великою популярністю, незважаючи на те, що вартість номера може більш ніж у два рази перевищувати середній рівень. Високий рівень заповнення готелів є індикатором істотного попиту з боку багатих відвідувачів. Стратегічним напрямком розвитку туризму є асортимент послуг. На території карпатського регіону розміщено 25 гірськолижних курортів, що пропонують комплекс туристичних послуг: від катання на гірських спусках, до готельно-ресторанних послуг. За популярності та відвідуваності цих курортів був складений рейтинг ТОП-10 гірськолижних курортів України: Буковель, Драгобрат, Славське, Пилипець і Подобовець, Яремче, Яблуниця, Тисовець, Ворохта, Сколе, Мигово.

На тих територіях, що не мають у своєму розпорядженні умов для організації спеціальних туристичних об'єктів, обслуговування туристів може здійснюватись в існуючих сільських населених пунктах. Мова йде про аграрний туризм, під яким розуміють відпочинковий вид туризму, що передбачає перебування туристів в аграрних підприємствах і домогосподарствах сільської місцевості, розвиток туристичних шляхів, місць для відпочинку, сільськогосподарських і народних музеїв, а також центрів з обслуговування туристів з провідниками та екскурсводою. Слід зазначити, що навіть на етапі започаткування аграрний туризм потребує відносно незначних за обсягом інвестицій, це той сектор, де створення нових робочих місць не потребує серйозних професійних знань і навичок. Аграрний туризм може стати вирішенням проблем для тих представників сільського населення, які втратили роботу або були вимушені покинути роботу у сільськогосподарських підприємствах.

Розвиток аграрного туризму в Україні має сезонний характер. Задовольняючи зростаючий попит на відпочинок, сотні власників садиб намагаються самотужки розвивати даний вид бізнесу, що супроводжується цілою низкою проблем: відсутністю досвіду організації власної справи; обмеженим доступом до інформації (як започаткувати діяльність з аграрного туризму, так і щодо подальшого рекламування, пошуку клієнтів тощо); обмеженістю матеріальних ресурсів для створення або поліпшення умов обслуговування туристів.

**Висновки.** Для забезпечення формування сучасної стратегії просування туристичного продукту на внутрішньому та міжнародному ринках необхідно:

- вдосконалити існуючу законодавчу базу та створити ефективний механізм її реалізації;
- забезпечити розвиток і впровадження фінансово-економічних механізмів сталого розвитку туризму як пріоритетного напрямку;
- стабілізувати цінову політику на послуги;
- забезпечити різноманітний асортимент послуг при мінімізації їх вартості;
- удосконалити диференціацію послуг для різних вікових категорій населення.

Ресурсна база Україна має унікальний курортний і туристичний потенціал, здатний забезпечити подальший розвиток національного курортного й туристичного продукту і вихід його на міжнародний ринок. Стратегічною метою розвитку туризму в Україні є створення продукту, конкурентоспроможного на світовому ринку, який може максимально задовольнити туристичні потреби населення країни, забезпечити на цій основі комплексний розвиток територій та їх соціально-економічних інтересів за збереження екологічної рівноваги та історико-культурної спадщини.

1. Про затвердження Програми розбудови туристичної інфраструктури за напрямками національної мережі міжнародних транспортних коридорів та основних транспортних магістралей у 2004–2010 роки: Указ Президента України від 12 травня 2004 №612 // zakon1.rada.gov.ua.

2. Про Основні напрями розвитку туризму в Україні до 2010 року: Указ Президента України від 10.08.1999 №973/99 // zakon1.rada.gov.ua.

3. Про затвердження Державної програми розвитку туризму на 2002–2012 роки: Постанова Кабінету Міністрів України від 29.04.2002 №583 // zakon1.rada.gov.ua.

4. Про затвердження Стратегії розвитку туризму і курортів в Україні: Розпорядження Кабінету Міністрів України від 6.08.2008 №1088-р // zakon1.rada.gov.ua.

5. Про заходи щодо розвитку екологічного туризму на території Закарпатської області на 2010–2015 роки: Розпорядження Закарпатської обласної державної адміністрації від 24.12.2009 №659 // zakon1.rada.gov.ua.

6. Про зміни та доповнення до Програми розвитку туризму та рекреації в Закарпатській області на 2002–2010 роки: Розпорядження Закарпатської обласної державної адміністрації від 25.12.2009 №671 // zakon1.rada.gov.ua.

7. Про проект Регіональної програми розвитку культури, мистецтва і туризму в області на 2011–2015 роки: Положення Волинської обласної державної адміністрації від 25.01.2011 №22 // zakon1.rada.gov.ua.

8. Про Стратегію підвищення конкурентоспроможності міста Львова до 2015 року: Стратегія Львівської обласної державної адміністрації від 07.05.2010 №3460 // zakon1.rada.gov.ua.

9. Про управління культури і туризму Волинської обласної державної адміністрації: Положення Волинської обласної державної адміністрації від 11.03.2010 №58 // zakon1.rada.gov.ua.

10. *Via Regia – Україна – культурний шлях Ради Європи: Путівник.* – К.: Дім, сад, город, 2011. – 360 с.

11. *Ліманський А., Ружковський Я.* Міжнародний туризм в епоху глобалізації // Журнал європейської економіки. – 2005. – №3. – С. 295–306.

12. *Маркетинг туризму: Навч. посібник / Г.Б. Мунін, З.І. Тимошенко, Є.В. Самарцев, А.О. Змійок.* – К.: Європ. ун-т, 2005. – Ч. 1. – 324 с.

13. *Оленко А.Я.* Комп'ютерна статистика. – К., 2008. – 60 с.

14. *Регіональна політика України: інституційно-правове забезпечення: Збірник офіційних документів / За ред. З. Варналія; Упоряд. З. Варналій, Є. Жемеренко, В. Жук, А. Павлюк, О. Шевченко.* – К.: НІСД, 2004. – 532 с.

15. *Статистичний щорічник 2010 рік / Державний комітет статистики України.* – К., 2011. – 600 с.

16. *Postepy w realizacji Narodowej Strategii Spójności 2007–2013 – stan na 5 lutego 2012 r. Raport prezydencji z negocjacji pakietu legislacyjnego polityki spójności na lata 2014–2020 stan na 5 lutego 2012 r.* // www.mrr.gov.pl.

Стаття надійшла до редакції 30.12.2011.